**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Верещинской Любови Васильевны**

**«ОСОБЕННОСТИ ДИЗАЙНА ДЕЛОВЫХ ИЗДАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА FORBES)»**

**Н. рук. – Малиновская Елена Викторовна**

**Кафедра медиадизайна и информационных технологий**

**Очно-заочная форма обучения**

Выпускная квалификационная работа «Особенности дизайна деловых изданий (на примере журнала Forbes)» посвящена исследованию динамики развития дизайна деловых СМИ.

**Актуальность** **темы исследования:** с учётом роста медиаконвергенции, объёмов информационных потоков, фрагментарности визуального восприятия у аудитории, классических принципов делового дизайна становится недостаточно для современных условий. Появляется необходимость анализа перспектив и возможностей визуального развития деловой газеты и журнала.

**Структура ВКР:** работа состоит из введения, двух глав, заключения и приложений. В первой главе рассматривается теория дизайна деловой прессы. Во второй главе проводится анализ визуального облика журнала Forbes в контексте изменений в информационной парадигме. В заключении приводится вывод об изменениях в визуальной стратегии журнала, и формулируются рекомендации к оформлению деловых СМИ. В приложениях приводятся результаты количественного анализа и дополнительные материалы исследования.

**Научная новизна исследования:**

1. Впервые сформулированы актуальные практические рекомендации по созданию нового облика делового СМИ на современном этапе.

2. В исследовании представлен актуальный прогноз дальнейшего развития композиционно-графической модели деловых СМИ.

**Цель исследования**:  разработка практических рекомендаций к дизайну деловых СМИ на основе анализа развития дизайна журнала Forbes в России. **Объект исследования:** номера журнала Forbes (российское издание) за 2006-2014 годы

**Предмет исследования:** визуальная стратегия современного делового периодического издания в интерактивной информационной среде.

**Методы исследования:**

1. Количественный анализ визуальных элементов журнала Forbes.

2. Структурно-функциональный анализ визуального облика журнала Forbes.

3. Анализ соответствия визуального облика журнала Forbes разработанным на основе теоретической базы рекомендациям.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. Визуальная стратегия журнала Forbes в период с 2006 по 2014 годы выработана на основе последних тенденций медиаконвергенции и дигитализации СМИ.

2. Тенденции в оформлении деловых СМИ прослеживаются в тяготении к упрощенному дизайну, модульной композиционно-графической модели, и росту графических иллюстраций на полосе.

3. Практические рекомендации к оформлению деловых СМИ заключаются в совершенствовании типографики изданий, разработке упрощенной графической структуры, переходу на модульную сетку и введению графических иллюстраций.